

**ÉRETTSÉGI VIZSGA • 2006. május 18.**

**VENDÉGLÁTÓ-IDEGENFORGALMI  
ALAPISMERETEK  
OLASZ NYELVEN  
NOZIONI ELEMENTARI  
RELATIVE ALLA RISTORAZIONE,  
ALL' ATTIVITA' ALBERGHIERA E  
AL TURISMO**

**KÖZÉPSZINTŰ ÍRÁSBELI  
ÉRETTSÉGI VIZSGA  
ESAME DI MATURITÀ  
DI LIVELLO MEDIO**

**JAVÍTÁSI-ÉRTÉKELÉSI  
ÚTMUTATÓ  
GUIDA ALLA CORREZIONE  
E ALLA VALUTAZIONE**

**OKTATÁSI MINISZTERIUM  
MINISTERO DELLA PUBBLICA  
ISTRUZIONE**

---

---

## Nozioni elementari relative alla ristorazione/attività alberghiera e al turismo

1. Definisca brevemente il significato dei seguenti concetti! 3\*2 = 6 punti

**Esigenza: senso di mancanza diretto ai beni di consumo e ai servizi che provoca delle azioni per essere estinto.**

**Domanda: esigenza/intenzione di acquisto potenziale al mercato.**

**Turismo: libero spostamento di persone al di fuori dei movimenti tra casa e lavoro, insieme ai servizi creati per soddisfare le relative esigenze.**

*Nel corso della valutazione delle spiegazioni dei concetti le spiegazioni differenti dalla chiave indicata possono essere accettate se hanno un simile contenuto. Se la risposta non risulta esatta o sufficiente possiamo comunque dare un punteggio parziale, cioè un punto. Ogni risposta corretta vale 2 punti.*

2. Completate i seguenti concetti! 3\*1 = 3 punti

L'ambiente **culturale/creato dall'uomo** corrisponde al fascino, l'elemento principale dell'offerta turistica. Tali sono le tradizioni popolari, i monumenti storici, i festeggiamenti.

**I turisti/i visitatori giornalieri** sono le persone che si trattengono nei luoghi visitati per meno di 24 ore.

Nel processo della ristorazione relativo allo scambio di merci la **commercializzazione** significa la vendita dei beni prodotti ed acquistati e l'offerta dei servizi.

*Ogni frase completata nel modo corretto vale un punto. Solo queste definizioni possono essere accettate.*

3. Faccia due esempi di ciascuna definizione sottostante! 6\*0,5 = 3 punti

- Tradizioni popolari: **la spruzzata di Pasqua, il festeggiamento delle nozze, le nozze del maiale, la vendemmia, ecc.**
- Esigenze fisiologiche: **la fame, il riposo, il sonno, ecc.**
- Sistema dei menu: **giornaliero, aziendale, a prepagamento**

*Oltre agli esempi riportati si possono accettare tutti gli elenchi che corrispondono alle definizioni. Gli studenti devono offrire minimo due esempi per ciascuna definizione, punti in più non possono essere aggiudicati, invece punti parziali sono permessi.*

4. Le seguenti definizioni sono caratteristiche di un dato tipo di unità di ristorazione. Scriva il nome del tipo dell'unità di ristorazione nello spazio libero! 3 punti

- L'offerta di cibi e di bevande è caratteristica della zona etnografica in cui si trova.
- È ornato di strumenti utilizzati nelle varie professioni (per esempio dai pescatori, dai mugnai, o dai butteri)
- Sono frequenti lungo le principali vie di comunicazione.

**Ciarda / risporante caratteristico della zona/ osteria tipica della zona**

*Naturalmente in questo caso gli studenti devono indicare solo un nome.*

5. Che cosa s'intende sotto la seguente definizione in relazione al turismo? 2 punti

Impresa di turismo con l'obiettivo di acquistare grandi quantità di servizi per venderli successivamente al proprio rischio.

**tour operator / organizzazione di gite / organizzazione di viaggi**

*Qualsiasi delle definizioni indicate può essere accettata per 2 punti.*

6. Spieghi il significato delle seguenti espressioni! Oltre alla traduzione descriva anche i concetti in alcune parole! 3\*2 = 6 punti

- Package (nel turismo): **pacco di minimo due servizi offerti dagli alberghi oppure dalle agenzie di viaggi.**
- Spedizioni: **preparazione e trasporto di prodotti.**
- GDP: **valori materiali e non materiali prodotti in un dato Paese nel corso di un'anno.**

*Lo scopo è di ottenere risposte logiche, non necessariamente la definizione di sopra parola per parola, ma la sostanza formulata in alcune frasi. Si possono dare dei punti parziali.*

7. Presenti i rapporti tra ristorazione e turismo minimo in tre frasi!

6 punti

**La ristorazione offre servizi, oltre che agli abitanti nazionali, anche ai turisti stranieri e nazionali, diventando in tal modo uno dei principali settori che stanno alla base del turismo. Tutto ciò è valido anche nella direzione opposta, visto che anche la ristorazione nazionale conta sulla domanda rappresentata dal turismo. In questo modo si tratta di due settori interdipendenti.**

*Per ogni affermazione di merito (1. la ristorazione offre servizi ai turisti, 2. il turismo garantisce la clientela alla ristorazione, 3. i due settori sono interdipendenti) si possono*

---

*aggiudicare 2 punti. Sono permessi anche dei punti parziali. I professori della materia possono accettare anche altre affermazioni di merito se le considerano corrette.*

8. Elenchi minimo cinque delle principali attività di carattere amministrativo svolte nel campo del turismo, oppure in quello della ristorazione! 5\*1 = 5 punti

1. **corrispondenza d'affari**
2. **emissione delle ricevute**
3. **preparazione di programmi analitici**
4. **compilazione di inventari**
5. **controllo**
6. **rendicontazione**
7. **registrazione degli eventi economici**
8. **conto delle entrate e delle spese**
9. **elaborazione degli orari di lavoro**

*La lista di sopra non è completa, tali definizioni possono essere ulteriormente allargate. 5 risposte giuste valgono 5 punti, si possono aggiudicare anche dei punti parziali.*

### **Nozioni elementari relative all'attività alberghiera**

1. Dia una spiegazione logica al concetto di sotto: 4\*1 = 4 punti

„Gli alberghi sono degli alloggi **commerciali** che offrono agli ospiti la possibilità di pernottamento **temporaneo, approvvigionamento**, ed altri tipi di **servizi**.”

*Benche' si tratti di una definizione, si possono accettare anche altre espressioni in corrispondenza alle parole mancanti.*

2. Raggruppi i seguenti servizi nelle categorie in cui appartengono! 12\*0,5 = 6 punti

Servizi: sveglia, colazione, carico/scarico dei bagagli, telefono nella camera, parcheggio, lavanderia, cassaforte nella camera, parucchiere, mezza pensione, cambio, cassaforte dietro la cassa, shuttle all'aeroporto

Gruppi: a) Servizi propri a pagamento: **colazione, telefono nella camera, parcheggio, lavanderia, cassaforte nella stanza, mezza pensione, cambio**

b) Servizi propri gratis: **sveglia, /scarico dei bagagli, cassaforte dietro la cassa**

c) Servizi di terzi a pagamento: **shuttle all'aeroporto, parucchiere**

*Il „parcheggio” e il „cambio” possono essere accettati anche se raggruppati tra i servizi propri gratis, ma valgono solo mezzo punto.*

3. Qual'è il significato delle seguenti espressioni in italiano?

3\*1 = 3 punti

Concierge: **portinaio o portineria**

*Il concetto può essere descritto nel modo seguente: nel caso della suddivisione del Front Desk in tre parti si tratta dell'area di lavoro che offre servizi ai clienti durante la loro permanenza nell'albergo (per esempio: carico/scarico dei bagagli, trasmissione di messaggi, di informazioni...). La risposta „Ricezione” non può essere accettata.*

Housekeeper: **gestore alberghiero, oppure responsabile di piano negli alberghi**

*La risposta può essere accettata anche se viene espressa in altre parole, risulta invece errata se il candidato la confonde con l'area di lavoro al piano (Housekeeping).*

Lobby: **ingresso dell'albergo**

*L'espressione di „hall”, non può essere accettata, visto che si riferisce solo a una parte dell'ingresso. Eventualmente si potrà accettare la risposta in cui il concetto viene spiegato in dettaglio (per esempio: l'area dove i clienti entrano dalla porta principale, dove si trova il Front Desk...).  
Ogni spiegazione giusta vale un punto.*

4. Scriva nello spazio lasciato libero la definizione delle mansioni descritte di sotto! 2 punti

La figura professionale che svolge tale attività in alberghi minori fa parte della Front Office, mentre negli alberghi più grandi è capo di un reparto autonomo. Tra le sue mansioni figurano le vendite relative all'intero albergo, la stipulazione di contratti con i partners esistenti e la ricerca di partners nuovi. Oltre a seguire la concorrenza tale figura svolge anche attività connesse con le pubbliche relazioni.

**Direttore delle Vendite oppure Sales and Marketing Manager**

*Trattandosi di un dirigente non si può accettare la risposta che riferisce ad altre figure professionali operanti nelle altre aree del marketing. Invece le espressioni Dirigente oppure Direttore Marketing possono essere considerate corrette.*

5. Spieghi brevemente le seguenti espressioni!

3\*2 = 6 pont

Marquise: **tetto sporgente sopra l'entrata principale dell'albergo.**

Key card: **chiave che viene data ai clienti all'arrivo nell'albergo, serve anche per attestare in quale camera alloggia il cliente.**

Mezza pensione: **i clienti prenotano all'albergo due pasti principali, colazione e pranzo, oppure, nella maggioranza dei casi colazione e cena.**

*Le spiegazioni univoche con contenuti identici valgono 2-2- punti. Se la risposta risulta insufficiente o inesatta, diamo solo un punto.*

6. Le seguenti domande si riferiscono al raggruppamento delle entrate e delle spese negli alberghi. Sottolinei le due risposte che ritiene esatte in tutti i tre casi!  $3 \cdot 2 = 6$  punti

a) Alle entrate derivanti dalla vendita delle camere negli alberghi appartengono

- **le entrate della camera.**
- le entrate della camera con la colazione.
- **le entrate del telefono.**

*Le entrate della colazione appartengono alle entrate della ristorazione anche se vengono pagate dal cliente in una somma unica.*

b) Alle spese generali (non suddivise) appartengono

- **le spese delle vendite.**
- le spese della produzione.
- **le spese della manutenzione.**

*Di produzione possiamo parlare solo nel campo della ristorazione, per cui le relative spese figurano tra le spese dirette della ristorazione.*

c) Alle spese fisse appartengono

- le spese dei depliant.
- **l'ammortamento.**
- **le spese dell'affitto.**

*Le spese della produzione di depliant vengono raggruppate tra le spese di vendita/di marketing.*

*Ogni risposta esatta vale 1 punto.*

7. Elenchi 6 catene internazionali di alberghi noti!  $6 \cdot 0,5 = 3$  punti

*Qualsiasi delle catene internazionali di alberghi elencati sotto, o altre catene di alberghi esistenti possono essere considerate corrette:*

**Hilton, Marriott, Kempinski, Sofitel, Ibis, Accor, Holiday Inn, Novotel, Hyatt, Intercontinental, Le Meridien, Park Plaza, Four Seasons, Best Western, Mercure, Carlson, Club Mediterranée, Forte, Choice Hotels, Radisson, Corinthia, Penta, Ramada, Ritz-Carlton...**

8. Scelga la voce che non appartiene alla categoria che accomuna il resto e spieghi il motivo.  $1+2 = 3$  punti

Televisore a colori, connessione al computer, telefono, cassaforte nella camera, radio, seconda linea telefonica, armatura del rasoio, stirapantaloni.

### **Armatura del rasoio**

Motivazione: *Armatura dell rasoio, visto che si tratta di un accessorio appartenente al bagno, mentre gli altri accessori appartengono alla camera.*

---

*Anche altre risposte logiche possono essere accettate. La scelta corretta vale un punto, mentre la motivazione esatta vale due punti.*

### **Nozioni elementari relative al marketing**

1. Quali sono i periodi nel corso dello sviluppo del marketing che possono essere caratterizzati con le seguenti definizioni? Scriva il nome del periodo in questione sotto la definizione!

4\*1 =4 punti

- La domanda di mercato supera l'offerta.

#### **Periodo orientato alla produzione**

- „Il consumatore è il ”re”.

#### **Periodo orientato al consumatore**

- Creazione unilaterale di domanda per un prodotto concreto.

#### **Periodo orientato alla vendita**

- Riconoscimento dei pericoli che minacciano l'ambiente.

#### **Periodo orientato alla società**

*Solo queste definizioni possono essere accettate.  
Ogni risposta esatta vale 1 punto.*

2. La combinazione dei mezzi di marketing applicati nelle varie situazioni con i migliori risultati viene definita col nome di marketing-mixnek (4P). Elenchi i suoi elementi, i quattro P!

4\*1 = 4 punti

- 1. Prodotto/Politica del prodotto/Product**
- 2. Prezzo/Politica del prezzo/Price**
- 3. Canali di distribuzione/politica delle vendite/Place**
- 4. Comunicazione di Marketing/influenza esercitata sul mercato/comunicazione/promozione/Promotion**

*Si possono accettare tutte le definizioni riportate di sopra, anche nella versione inglese. In caso di risposte incomplete diamo punti parziali. Una riga vale solo un punto.*

3. Descriva il significato dei seguenti concetti.

4\*2 = 8 punti

Mercato:

**L'insieme dei venditori e dei compratori effettivi e possibili, nonché il sistema di rapporti tra loro esistenti. / Il punto d'incontro tra domanda e offerta.**

Prezzo:

**Il controvalore del prodotto/ della merce espresso in denaro.**

Offerta:

**L'insieme dei prodotti a disposizione offerti per essere venduti. / Gruppo di venditori che si presentano al dato mercato con prodotti.**

Segmentazione:

**Specializzazione in mercati parziali. Procedimento volto a conoscere il mercato per suddividerlo in parti omogenee.**

*Nella valutazione ovviamente non si attendono delle risposte identiche parola per parola. Se gli studenti riescono a formulare la sostanza possiamo dare due punti per ciascun concetto. In caso di definizioni incomplete possiamo dare anche punti parziali (1 punto). Diamo i punti possibili anche se i concetti vengono formulati in modo diverso nelle altre materie ed gli studenti citano tali definizioni.*

4. Qual'è il motivo per cui la vendita personale viene considerata uno dei mezzi più importanti dell'influenza esercitata al mercato? Nella risposta indichi almeno quattro fattori.!

4\*1 = 4 punti

**I servizi sono prodotti intangibili, i clienti comprano delle promesse. La convinzione verbale ha maggiori effetti rispetto, per esempio alla pubblicità pagata. I clienti fanno delle scelte con maggiore difficoltà se la scelta comporta grandi rischi. La comunicazione provoca delle scelte più elastiche ed immediate. Essa viene considerata una fonte di notizie più fidabile, meno preconcetta. Il fascino personale ha un ruolo notevole. L'esperienza rafforza la credibilità del messaggio personale. Si possono accentuare le caratteristiche importanti del prodotto per i clienti.**

*Oltre ai motivi elencati di sopra si possono accettare anche altre risposte se sono valide. La sostanza è comunque descritta di sopra. I 4 punti massimi possono essere aggiudicati se gli studenti riescono a formulare i quattro motivi. Si possono dare dei punti parziali, ma non dei punti in più.*

5. Valuti se le seguenti definizioni sono vere o false. Indichi la propria scelta accerchiando le iniziali davanti alle frasi.

4\*1 = 4 punti

V – F 1. Tra gli argomenti relativi alla differenziazione dei prezzi viene trattato anche il prezzo stagionale.

V – F 2. Nel caso della formulazione dei prezzi con orientamento alle spese il prezzo di costo non viene valorizzato, ma vengono calcolate solo le spese di esercizio.

V – F 3. La via delle vendite dirette è articolata in due fasi, visto che il produttore vende la merce direttamente al consumatore.

V – F 4. Il comportamento dei consumatori non viene influenzato dall'ambiente socio-economico inteso nel senso più vasto (ambiente al livello macro).

---

*La valutazione non deve essere motivata, il cerchio esatto merita 1 punto. La seconda definizione è falsa, visto che i prezzi di costo vanno valorizzati anche nella formulazione dei prezzi con orientamento alle spese. Nel caso della terza affermazione: la via della vendita diretta ha solo una fase. Nel quarto caso il comportamento dei consumatori viene influenzato anche dall'ambiente al livello macro.*

6. Quale trattamento particolare riserverebbe a un personaggio VIP (Very Important Person = persona molto importante) in un albergo centrale di una città? 3 punti

- ***Pensiero preparato nella camera: fiori, dolci, bevande preferite***
- ***alloggio in una stanza "propria"***
- ***Trattamento particolare***

*Sono da attribuire tre punti se gli studenti indicano le varie possibilità. Si possono accettare anche delle soluzioni differenti da quelle indicate sopra se sono valide secondo i professori della materia. In verità le possibilità di trattamento particolare dei personaggi VIP non dipendono dal tipo di albergo.*

7. Completate le seguenti definizioni con le parti mancanti! 6\*1 = 6 punti

1. Il/la **pubblicità** è la serie di passi impersonali che collegano la distanza tra offerta e domanda allo scopo di informare i potenziali clienti dell'offerta cercando di convincerli dei loro vantaggi.
2. Il/la **confezionamento** non è solo uno strumento di protezione, di separazione, ma è anche adatto alla differenziazione e all'identificazione dei prodotti. I tipi del confezionamento: da produzione, da commercio e da consumatori.
3. Il/la **marchio** è la protezione legale delle caratteristiche di un dato prodotto nella forma di un nome, di un numero, oppure in forma grafica.
4. I depliant, i volantini, i cataloghi, le carte, le guide sono mezzi pubblicitari **stampati/visuali/che producono effetti visivi**.
5. Le fasi della vendita **classica/tradizionale sono**: il produttore → il grossista → il commerciante al dettaglio → il consumatore.
6. Allo scopo di ottenere le informazioni **primari/ricercati da noi stessi/di prima mano/raccolte con uno scopo concreto** vengono applicati tre metodi fondamentali e le loro combinazioni. Questi sono: l'osservazione, l'interrogazione, e la sperimentazione.

*Ogni soluzione corretta vale 1 punto. Le alternative possibili sono state indicate nelle risposte. In ogni modo vanno accettate anche dei sinonimi.*